

3

Metodologia de pesquisa

Um método é um conjunto de processos pelos quais se torna possível conhecer uma determinada realidade, produzir determinado objeto ou desenvolver certos procedimentos ou comportamentos (OLIVEIRA, 1999).

O método científico é a forma encontrada pela sociedade para legitimar um conhecimento adquirido empiricamente, ou seja, quando um conhecimento é obtido através dele, qualquer pesquisador que repita a investigação nas mesmas circunstâncias, obterá o mesmo resultado, desde que os mesmos cuidados sejam tomados. Sendo assim, a metodologia, ou método científico, assume grande importância nas pesquisas acadêmicas e sem ela os resultados das investigações seriam de difícil aceitação.

O presente capítulo traz o embasamento teórico acerca do método escolhido para esta dissertação, o estudo de caso, a descrição dos critérios utilizados na escolha do caso estudado e, em seguida os procedimentos realizados na coleta e análise de dados.

3.1.

O problema de pesquisa

O objetivo deste estudo é descrever a trajetória de internacionalização da TV Globo e os respectivos resultados para a empresa, apresentando as principais características do seu processo de internacionalização em suas diferentes fases na linha do tempo, em particular em termos de: (a) motivações para a internacionalização, (b) critérios de seleção de países, (c) modos de entrada no exterior, (d) resultados de mercado alcançados, (e) problemas e dificuldades enfrentadas e (f) outras questões observadas durante o estudo.

O foco neste trabalho foi nas iniciativas tomadas pela empresa que deram continuidade a sua expansão internacional a partir de 2005. Outros trabalhos como de Graell (1987) e Rizzo (2005), exploraram as estratégias da TV Globo no campo internacional até 2005 e serão usados como base para os acontecimentos históricos.

3.2. Método de pesquisa

Segundo Einsenhart (1989), para realização de trabalhos de pesquisa em administração, a maioria dos autores classifica os estudos em exploratórios e causais. Esta classificação é acadêmica, com várias críticas e superposições, mas ajuda no entendimento das estratégias utilizadas para se fazer uma pesquisa. A autora pondera que para qualquer tipo de estudo em desenvolvimento poderão ser utilizados métodos quantitativos ou qualitativos.

O presente estudo realizou uma pesquisa qualitativa e explanatória analisando quais foram as estratégias adotadas pela empresa para sua evolução internacional. O método escolhido para realizar a pesquisa foi o estudo de caso, que é uma estratégia de pesquisa focada no entendimento da dinâmica presente dentro de configurações únicas (EINSENHARDT, 1989).

Conforme Yin (2003), o estudo de caso é uma forma de se fazer pesquisa social empírica ao investigar-se um fenômeno atual dentro de seu contexto de vida real, onde as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidas e na situação em que múltiplas fontes de evidência são usadas.

Yin (2003) atesta que o método de estudo de caso é adequado quando as questões propostas pela pesquisa são do tipo “como” e “porque” e nas quais o pesquisador tenha baixo controle de uma situação, ou porque o pesquisador se vê frente a problemas em que estudos experimentais não podem ser aplicados, ou porque estudos de natureza predominantemente quantitativa não podem ser utilizados devida a complexidade da situação.

Para Porter (1991), embora o estudo de caso tenha aceitação acadêmica limitada, ele seria muito adequado para pesquisas sobre estratégias utilizadas por empresas. Para o autor, na medida em que se eleva a complexidade das questões examinadas, o estudo de caso passa a permitir que sejam identificadas as variáveis significativas existentes facilitando a exploração da relação entre elas e o estudo das especificidades das escolhas estratégicas.

Yin (2003) afirma que existem três fatores que devem ser analisados para a escolha da estratégia de estudo de caso em detrimento de outros métodos de pesquisa. São eles:

- 1) O tipo de problema a ser resolvido - O trabalho desenvolvido visa explorar as estratégias utilizadas pela TV Globo em sua internacionalização principalmente a partir de 2005 abordando os aspectos existentes nas teorias de internacionalização.
- 2) O controle que o investigador tem sobre eventos comportamentais - como dito anteriormente, o controle do investigador nesses casos é muito pequeno não sendo possível uma interferência nas estratégias escolhidas pela empresa.
- 3) Definição do foco em eventos contemporâneos ou eventos históricos – o trabalho prioriza as estratégias adotadas a partir de 2005 demonstrando assim a contemporaneidade dos eventos.

Além disso, o estudo de caso envolve a análise intensiva de um número relativamente pequeno de situações e, as vezes, o número de casos reduz-se a um. É dada ênfase à completa descrição e ao entendimento do relacionamento dos fatores de cada situação, não importando os números envolvidos (BODY e STACH, 1985).

Yin (2003) destaca também três situações nas quais um estudo de caso único é mais apropriado: (a) quando o caso é decisivo para testar uma teoria que satisfaça todas as condições estabelecidas; (b) quando trata-se de um caso raro ou extremo; (c) quando o caso representa uma oportunidade única de análise de um fenômeno até então inacessível.

Sendo assim, o estudo de caso desenvolvido se encaixa na categoria de caso raro ou extremo, pois a TV Globo é uma empresa de serviço, faz parte do maior conglomerado de mídia do Brasil e um dos maiores do mundo e é um ícone do seu setor. Além disso, a empresa apresenta uma característica peculiar nos dias de hoje que é ser uma empresa familiar de capital fechado.

A empresa também é reconhecida mundialmente pelo seu diferencial em suas produções, que não visam o baixo custo, mas sim a qualidade entregue ao telespectador.

O estudo de caso sobre a internacionalização da TV Globo também faz parte de um esforço de levantamento de dados para a construção do banco de dados que está sendo desenvolvido pelo NUPIN (Núcleo de Pesquisa em Negócios Internacionais) do IAG da PUC-Rio que tem o intuito de reunir informações a cerca da internacionalização de empresas brasileiras, campo ainda pouco estudado.

3.3. Método de coleta e análise de dados

Nesta fase do estudo são colhidas as evidências sobre o caso, trata-se da determinação dos instrumentos para a coleta de dados, o que inclui a análise de: documentos e publicações (dissertações acadêmicas, relatórios internos da empresa e publicações divulgadas ao mercado), o desenvolvimento de entrevistas junto a executivos que ainda trabalham na empresa e que estiveram envolvidos no processo de internacionalização da empresa, estatísticas existentes em arquivos, observação direta e/ou participativa, experiências e mesmo artefatos.

A utilização de várias fontes de evidência é importante, pois evita que ocorram erros como generalizações não fundadas e não validação dos construtos. Além disso, identifica características de forma mais detalhada permitindo que o estudo de caso se torne uma ferramenta de decisão específica para o tema.

Primeiramente, foi realizada a análise de documentos e publicações na busca de informações sobre o processo de internacionalização da TV Globo que ajudassem na construção do caminho percorrido pela empresa e na consolidação de dados obtidos através de outros instrumentos de coleta. O uso desses documentos é vantajoso, pois contém informações estáveis que não dependem de uma forma específica de coleta. Este tipo de análise deve ser realizada cuidadosamente para evitar utilização de informações não precisas ou em discordância com a realidade, contudo, quando utilizadas de forma correta trazem uma vantagem ao estudo que é um aumento na confiança dos dados levantados com outros instrumentos (EISENHARDT, 1989).

A utilização de dados existentes em arquivos acrescenta ao estudo evidências quantitativas que corroboram com dados qualitativos que podiam não estar evidentes. Segundo Mintzberg (1979), dados qualitativos e quantitativos apresentam uma sinergia. Desta forma, evitam que a pesquisa seja conduzida por conclusões obtidas através de dados qualitativos que passam a impressão de serem verdadeiros, mas na realidade são falsos (EISENHARDT, 1989). O trabalho utilizou-se de dados quantitativos relativos à expansão da empresa no meio internacional tais como, número de países onde o serviço é oferecido, número de assinantes, número de obras exportadas e percentuais de crescimento.

Por último, utilizou-se do instrumento de entrevistas com executivos da TV Globo. As entrevistas são muito comuns em trabalhos qualitativos e permitem obter uma visão única dos fatos que o pesquisador não consegue observar diretamente ou através de fontes secundárias. Neste trabalho as entrevistas assumiram grande importância, pois, sendo a TV Globo uma empresa fechada, somente através de entrevista é possível ter uma visão de qual serão as possíveis estratégias a serem adotadas pela empresa futuramente.

Entrevistas podem ser estruturadas, semi-estruturadas e não-estruturadas. Como este trabalho busca entender quais são as estratégias adotadas pela empresa em seu processo de internacionalização, foi escolhido o tipo de entrevista semi-estruturada. Nestas, o pesquisador realiza a entrevista com base em tópicos específicos que são usados como um guia condutor para o entrevistado e ao mesmo tempo há a possibilidade do entrevistador alterar as perguntas e dar mais liberdade ao entrevistado durante a condução da entrevista. Isto é uma vantagem já que o entrevistador aproveita de temas que emergem da entrevista e que não

eram esperados para enriquecer seu trabalho. Já uma desvantagem deste método é que as entrevistas semi-estruturadas consomem mais tempo de análise, pois o conjunto de respostas é mais variável e exige um maior cuidado de interpretação que nas entrevistas estruturadas.

Foram conduzidas entrevistas com funcionários de diferentes áreas, para que se pudesse ter diferentes visões e abranger uma maior quantidade de informações.

Os entrevistados foram:

- Entrevistado 1; Gerente de Controladoria e Planejamento dos Negócios Internacionais.
- Entrevistado 2; Diretor Comercial do Canal Internacional.
- Entrevistado 3; Executiva da Diretoria de Distribuição do Canal Internacional.

Sendo assim, conforme exposto anteriormente neste trabalho, a coleta de dados foi feita partindo de dados secundários obtidos junto à empresa e em publicações, acadêmicas ou não, que permitiram traçar o histórico de internacionalização da TV Globo. Com este conjunto de informações em mãos foi possível delinear o que de mais importante deveria ser abordado nas entrevistas buscando a obtenção de informações não presentes nos dados secundários.

Após esta etapa, iniciou-se a análise dos dados. Para Einshardt (1989) este é o coração do estudo de caso e ao mesmo tempo é a fase mais difícil já que as publicações geralmente descrevem os métodos de pesquisa e os métodos de coleta de dados, mas dão pouco espaço para a discussão da análise.

A análise de dados foi uma ferramenta muito importante, principalmente, na fase de entrevistas na busca por se evitar entendimentos superficiais, reduzir a subjetividade e a utilização de intuição no processo interpretativo, buscando sempre uma análise fundamentada na lógica.

Também se buscou confrontar os dados coletados e as interpretações realizadas com as teorias de internacionalização de empresas que foram apresentadas na revisão bibliográfica.

3.4. Limitações do método

Segundo Yin (2003), uma das maiores limitações do estudo de caso único é a possibilidade de se fazer generalizações e a verificação ao longo do estudo que o caso não se constituía na situação que se pensava, podendo não ter a adesão à teoria inicialmente estudada.

Além desta limitação este método apresenta dificuldades em relação ao levantamento e processamento de dados. Primeiramente podemos citar a falta de rigor científico deste método, isto ocorre devido à subjetividade da pesquisa, principalmente nas entrevistas pessoais, em que há um julgamento de valor e uma percepção pessoal por parte do pesquisador.

Outra limitação é a ligação que muitas vezes ocorre entre o pesquisador e a empresa em análise, e até mesmo entre os entrevistados e a empresa. Essa ligação pode inibir a apresentação de todos os dados relevantes. É muito importante que as entrevistas sejam sinceras e imparciais.

As entrevistas também apresentam outra limitação que consiste na seleção dos entrevistados já que é impossível entrevistar todos os envolvidos no processo. Sendo os entrevistados selecionados com base em sua disponibilidade no período do estudo.

Por último, podemos citar a dificuldade de limitar o objeto do trabalho, pois a pesquisa qualitativa acaba trazendo uma quantidade muito grande de dados para a análise.